

---

## La villégiature balnéaire sur la Côte de Caen au XIX<sup>e</sup> siècle : représentations à travers les guides touristiques et les journaux balnéaires

Sandie Brémond

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/insitu/11092>

DOI : 10.4000/insitu.11092

ISSN : 1630-7305

### Éditeur

Ministère de la Culture

### Référence électronique

Sandie Brémond, « La villégiature balnéaire sur la Côte de Caen au XIX<sup>e</sup> siècle : représentations à travers les guides touristiques et les journaux balnéaires », *In Situ* [En ligne], 24 | 2014, mis en ligne le 17 juillet 2014, consulté le 07 juillet 2020. URL : <http://journals.openedition.org/insitu/11092> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/insitu.11092>

---

Ce document a été généré automatiquement le 7 juillet 2020.



In Situ Revues des patrimoines est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

---

# La villégiature balnéaire sur la Côte de Caen au XIX<sup>e</sup> siècle : représentations à travers les guides touristiques et les journaux balnéaires

Sandie Brémond

---

- 1 La tradition anglaise du « Grand Tour » commence à se diffuser sur le continent à partir de la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. Dans les dictionnaires de l'époque, notamment le Littré de 1863, le mot « touriste » possède une connotation péjorative et désigne alors un voyageur ne parcourant les pays étrangers que par pure curiosité et désœuvrement, mais dépouillé de sa principale qualité : voyager ! En effet le touriste ne voyage pas mais circule, il est ce que Jean-Didier Urbain nomme « l'idiote du voyage<sup>1</sup> ». L'art de voyager peut faire l'objet d'un long débat, cependant il convient de garder une certaine vigilance pour ne pas confondre « tourisme » et « villégiature ». Marc Boyer considère que le tourisme est réservé au mouvement permanent, à la migration, tandis que la villégiature se positionne comme une sédentarité<sup>2</sup>. Jean-Didier Urbain le rejoint en caractérisant le villégiateur comme celui qui ne veut pas accomplir un circuit, mais aller le plus loin possible pour ensuite se figer dans une « sédentarité nouvelle » et devenir ainsi « l'autre idiot du voyage<sup>3</sup> ». La villégiature est avant tout un déplacement dans un lieu différent de la résidence habituelle et au XIX<sup>e</sup> siècle, les villes d'eaux et les stations balnéaires ont la part bonne dans le choix de la destination.
- 2 Le « désir de rivage<sup>4</sup> » se diffuse et, à l'instar des côtes françaises, le littoral normand dans son ensemble est littéralement envahi au cours du XIX<sup>e</sup> siècle. Gabriel Désert considère, à juste titre, la côte normande comme une « région pionnière<sup>5</sup> » pour le phénomène balnéaire. Cet engouement pour les plages normandes s'explique en partie par l'apparition d'un nouveau moyen de transport changeant le rapport au temps et à la distance : le chemin de fer.

- 3 La Côte de Caen, future Côte de Nacre<sup>6</sup>, n'échappe pas à ce mouvement, elle connaît un véritable bouleversement avec une arrivée massive de voyageurs. Les petites communes du littoral cherchent à profiter de la manne offerte par la mode des bains de mer en se tournant vers les activités balnéaires, à l'image des grandes stations voisines situées à l'est de l'Orne comme Trouville, Cabourg, Deauville... La zone géographique déterminée pour notre présente étude se situe en Basse-Normandie, plus précisément dans le Calvados, entre l'estuaire de l'Orne et celui de la Seulles, comprenant les stations balnéaires de Ouistreham-Riva-Bella, Hermanville-sur-Mer, Lion-sur-Mer, Luc-sur-Mer, Langrune, Saint-Aubin-sur-Mer, Bernières-sur-Mer et Courseulles, soit environ 20 km de côte.
- 4 Pour mieux appréhender ces lieux, guides touristiques et journaux balnéaires seront notre support d'étude. Pour percevoir l'esprit balnéaire, découvrir l'atmosphère de ces plages, les « petits trous pas chers » de la Côte de Caen, notre étude est émaillée d'un grand nombre de citations évocatrices, reflets d'une époque, d'une ambiance et d'une sensibilité particulière pour permettre au lecteur de mieux « baigner » dans cet univers saisonnier. Pour cela nous allons étudier les compagnons du villégiateur, puis nous chercherons dans leurs contenus des évocations du littoral et de la saison balnéaire.

## Les compagnons du villégiateur

### Les guides touristiques

- 5 Le phénomène balnéaire prenant de plus en plus d'envergure, les villégiateurs deviennent de leur côté de plus en plus exigeants et avides d'informations sur les lieux de leur destination, d'où leur intérêt grandissant pour des publications spécifiques destinées à les informer. Les éditeurs, ayant perçu ce besoin, se sont lancés dans la création de grandes collections de guides touristiques, comme chronologiquement les guides d'édition anglaise Murray, les guides allemands Baedeker et enfin les guides français Conty et Joanne. Parallèlement à ces grandes séries, où toujours quelques lignes concernent la Côte de Caen, des guides locaux apparaissent sous la plume d'érudits cherchant à louer leur région.
- 6 Globalement, les guides accompagnent le villégiateur dans la quête d'horizons lointains, en effaçant cependant la notion d'imprévu, en faisant ainsi de lui « un voyageur sans aventure<sup>7</sup> ». Les guides affichent en effet une présentation codifiée, plutôt monotone, tout en stéréotypes, les répétitions y sont chose courante malgré des mises à jour officielles. Pourtant, ce type de « littérature » se révèle être pour l'historien un outil précieux dans la compréhension du phénomène balnéaire sur ces côtes.
- 7 Les différentes éditions des guides permettent de suivre la chronologie de l'implantation du phénomène balnéaire sur la Côte de Caen. Sans signaler réellement les richesses des communes littorales, un premier guide datant de 1837 s'intitulant *Promenade maritime du Havre à Caen*<sup>8</sup> signale très brièvement la possibilité de les visiter. À cette époque, ces communes n'apparaissent que comme de simples villages, des points sur un itinéraire. Il faut attendre l'année 1846 pour trouver dans les écrits d'Arcisse de Caumont l'évocation de baigneurs sur la Côte de Caen et plus précisément à Luc. Les « Notes destinées aux baigneurs de Luc<sup>9</sup> » laissent supposer la présence régulière d'une population de baigneurs dans cette bourgade où « chaque année on y

vient d'assez loin prendre des bains de mer, et la population tend à s'y accroître ». Cette notice est à ce jour l'attestation la plus ancienne du véritable enclenchement du phénomène balnéaire sur cette côte, dès les années 1840. René Streiff<sup>10</sup> considère d'ailleurs très justement Luc-sur-Mer comme la doyenne des stations balnéaires de la Côte de Caen. Dans la décennie suivante, les guides médicaux pour les bains de mer prennent le relais et se font l'écho du développement des stations balnéaires en signalant les infrastructures qui bouleversent le paysage économique des communes. L'ancrage du phénomène se situe réellement dans les années 1860, années qui voient se multiplier les publications mettant en exergue l'aspect balnéaire de la Côte de Caen. Il faut noter l'insistance avec laquelle les guides soulignent la proximité des infrastructures d'hébergement avec la mer. Le villégiateur éprouve maintenant un intérêt pour le littoral et la mer et non plus une certaine répulsion comme cela a longtemps été le cas.

- 8 Pensant répondre à un réel besoin et saisissant l'opportunité de la vogue des bains de mer, les grands éditeurs ont lancé la publication de guides avec une couverture géographique plus restreinte comme l'*Itinéraire général de la France* de Joanne qui crée un guide spécial *Normandie* ; à partir de 1873, les guides Conty poursuivent avec une série intitulée *Les côtes de Normandie*. Les passages concernant la Côte de Caen y prennent de plus en plus de place et une certaine hiérarchie des stations balnéaires se dessine. Certains artifices typographiques ou le classement par bourses<sup>11</sup>, dans les guides Conty, sont utilisés pour différencier la qualité des stations. Langrune est ainsi considérée comme une « plage de petites bourses » et Luc-sur-Mer une « plage de bourses moyennes », cette dernière est pourtant la station la plus en vogue de la Côte de Caen. Cette précision souligne bien le fait que toutes les stations de cette côte peuvent être considérées comme « des petits trous pas chers » attirant essentiellement une clientèle familiale. Une collection, *Guide pratique des familles aux bains de mer*, regroupant propositions de visites et conseils pratiques pour les bains, la pêche à pied, les distractions de la plage, etc. a d'ailleurs été imaginée à leur intention pour les régions Nord, Normandie, Bretagne et Vendée. Dès les années 1880, cet engouement pour les petites stations entraîne pour les guides la publication de séries géographiquement et thématiquement plus ciblées, les éditeurs ayant compris qu'il y avait là un marché potentiel qu'il convenait d'honorer.
- 9 Les guides, source d'informations privilégiée, ont pour mission de faciliter, de rendre possible la déambulation dans ces nouvelles stations balnéaires. Ils décomposent le périple en une série d'itinéraires, réalisant des choix arbitraires et jamais justifiés, complètement subjectifs, imposés au villégiateur, gérant ainsi son temps et son espace. Comme on ne peut pas tout voir, les guides canalisent la curiosité et l'intérêt, en écartant ce qu'ils considèrent comme secondaire, valorisant prioritairement les églises, les châteaux, les panoramas, les monuments, les parcs, etc. Les principaux critères qui légitiment la citation du lieu sont l'ancienneté, la dominance et un caractère insolite<sup>12</sup>. Les guides touristiques influencent donc la représentation et la construction de l'espace balnéaire, comme l'expose Bernard Toulhier<sup>13</sup>. Les guides permettent de faire de l'espace touristique un endroit familier, presque connu avant d'y arriver. Ils préparent l'espace et permettent d'y recevoir un accueil chaleureux comme le promet le guide Conty. Même si les guides invitent les villégiateurs à parcourir les différentes stations de la Côte de Caen, une certaine rigidité et un manque d'enthousiasme transparaissent dans

leurs propos, leur implication dans la défense des intérêts locaux est moins forte que celle des journaux balnéaires.

## Les journaux balnéaires

- 10 Parallèlement aux guides, mais un peu plus tardivement, d'autres supports d'information apparaissent pour accompagner les villégiateurs : les journaux balnéaires. Les premiers journaux balnéaires normands sont apparus sous le Second Empire à Trouville et Deauville. Cette presse touristique n'est pas complètement balnéaire, puisqu'elle ne le devient qu'au moment de la saison en augmentant parfois sa pagination. Pour la Côte de Caen, sous la Troisième République, on observe les prémices d'une presse éphémère, calquée sur la période de villégiature qui s'étend en général seulement de juillet à septembre.
- 11 D'un coût de 10 centimes, son but est d'attirer, de renseigner et en même temps d'animer la saison grâce à une parution hebdomadaire ou bihebdomadaire. Mondaine au départ, cette presse se transforme au fil du temps en défenseuse des intérêts des stations balnéaires de la côte. La couverture géographique des différents titres varie, d'une large part du littoral comme notamment *L'Écho des plages* qui s'intéresse aux stations situées entre Villerville et Port-en-Bessin, à la focalisation sur la Côte de Caen avec *Le Lutin*. Tous traitent de l'ensemble des stations du périmètre défini selon le journal, mais aucun n'est consacré à une seule station en particulier. Seules des rubriques sont dédiées à chacune d'entre elles.
- 12 Une remarque s'impose rapidement lorsqu'on les parcourt dans leur ensemble : les journaux balnéaires se sont dotés de titres très évocateurs. Tous suggèrent soit le littoral normand dans sa totalité, comme *La Côte normande* ou *La Plage normande*, soit une aire plus restreinte, comme *La Plage caennaise* ou *Caen-Bains-de-Mer*. D'autres sont plus explicites, affichant clairement le mot « plage » comme *Le Courrier de la plage*, *L'Écho de la plage*, *L'Écho des plages*. Le journal *Le Lutin* a voulu faire preuve d'originalité en gardant une couleur locale avec la reprise du nom donné aux habitants de Luc-sur-Mer. Un seul semble se démarquer, tout en gardant un esprit normand : *La Pomme*. C'est en réalité une revue politique, littéraire, commerciale, industrielle, agricole et sportive consacrée au Calvados qui a la particularité de se transformer durant la saison en revue hebdomadaire de Caen et des plages du Calvados.
- 13 Au fil des années, les journaux agrandissent leur format et augmentent leur pagination. Ces modifications se sont imposées naturellement. Il est devenu nécessaire de transmettre le plus possible d'informations aux villégiateurs qui souhaitent être renseignés sur toutes les stations de la côte à la fois. Le développement des moyens de transport a élargi l'espace touristique et il n'est pas rare de circuler de plage en plage. On peut d'ailleurs lire dans les colonnes de *La Plage Caennaise* que les plages « déjà si rapprochées semblent n'en faire qu'une seule<sup>14</sup> ».
- 14 Cette presse reste destinée à un lectorat restreint, ce qui explique son tirage très limité. Le journal *Caen bains de mer*, par exemple, est tiré à seulement 300 exemplaires. Malgré cette diffusion limitée, cette presse a pour objectif la représentation du littoral sous différents aspects, soulignant en toutes occasions la joie de vivre et la fantaisie qui règnent dans les stations. Elle se révèle donc un témoignage non négligeable sur leur histoire et leur vie quotidienne. Dans les journaux balnéaires se côtoient écrits de villégiateurs, d'écrivains amateurs et ceux de chroniqueurs correspondants qui se

cachent souvent sous des pseudonymes. Sur la Côte de Caen, divers titres apparaissent mais leur existence est rarement concomitante<sup>15</sup> ; certains connaissent des interruptions, puis se réunissent et enfin retiennent une publication indépendante mais éphémère, ce qui rend complexe une chronologie des publications.

- 15 Le journal balnéaire *L'Écho de la plage*, bimensuel publié en 1888, qui s'intéresse plus spécifiquement à l'arrondissement de Caen et aux bains de mer, annonce clairement, dans son premier numéro, ses intentions, ses ambitions, que l'on peut aisément appliquer aux différents journaux balnéaires de la région :

Purement et simplement remplir un vide qui existait sur nos côtes, l'absence d'un journal qui fasse connaître nos plages, les profits qu'on en peut tirer pour le pays, qui s'occupe des intérêts de la région et qui fasse de la publicité pour son commerce, son industrie et ses bains de mer. Le but est louable, n'est-ce pas, lecteurs<sup>16</sup> ?

- 16 La même année, le journal balnéaire *La Plage Caennaise* renchérit dans son premier numéro en signalant que son but est de bien faire connaître ces plages et contribuer à leur fortune en attirant de nombreux baigneurs. Il est clair que l'économie locale a besoin d'assistance pour développer son potentiel, c'est le rôle que se sont assigné les journaux balnéaires. À partir de 1888, tous les ans au moment de la saison, il se publie au moins un journal balnéaire pour la Côte de Caen ; *L'Écho des plages*, qui paraît de 1892 à 1914, explique lui-même que « sans être un phénix, nous renaissions comme lui, de nos cendres tous les ans<sup>17</sup> ». Cette longue présence, stoppée par la guerre pour ne reprendre qu'en 1921, est la preuve qu'il existe bien un public attentif, ciblé et surtout sensible aux informations balnéaires. Il faut toutefois remarquer que les informations communiquées aux villégiateurs sont filtrées. Les articles publiés concernent de près ou de loin les aspects balnéaires, mais rien n'est signalé sur la vie de la station en dehors de la zone touristique et tout ce qui n'intéresse pas directement les villégiateurs est systématiquement écarté. Les colonnes de ces journaux rapportent essentiellement les faits et gestes des stations, fournissent des renseignements pratiques que complètent parfois des articles de fond, mais ils proposent aussi des idées d'excursions non loin des localités littorales. Tous ces journaux balnéaires ont un dénominateur commun : la légèreté de ton, que l'on retrouve continuellement. Le style est en phase avec le message qu'ils souhaitent transmettre : un dépaysement complet dans un lieu de villégiature calme, agréable...
- 17 Ces journaux donnent moult détails sur les stations, mais jamais de croquis ni d'illustrations du panorama, ce qui n'est pas gênant puisque le lecteur se trouve déjà dans le décor quand il lit le journal. Il a donc sous les yeux la réalité du paysage. La seule illustration des journaux balnéaires est le bandeau de la première page, qui cherche à transmettre l'état d'esprit général des stations de la Côte de Caen. Ce bandeau est généralement très évocateur, tel celui de *L'Écho des plages*, qui donne une vision de la plage idéale, intégrant les diverses occupations auxquelles peut s'adonner le villégiateur durant son séjour. Le journal crée ainsi un environnement et une ambiance standard, montrant les nombreuses possibilités offertes dans cet espace touristique. Les journaux, entièrement consacrés à ce phénomène saisonnier, correspondent en quelque sorte à l'apothéose du phénomène balnéaire pour la Côte de Caen.
- 18 Comme nous venons de le voir, guides touristiques et journaux balnéaires contribuent largement à faire connaître des lieux jusqu'alors inconnus.

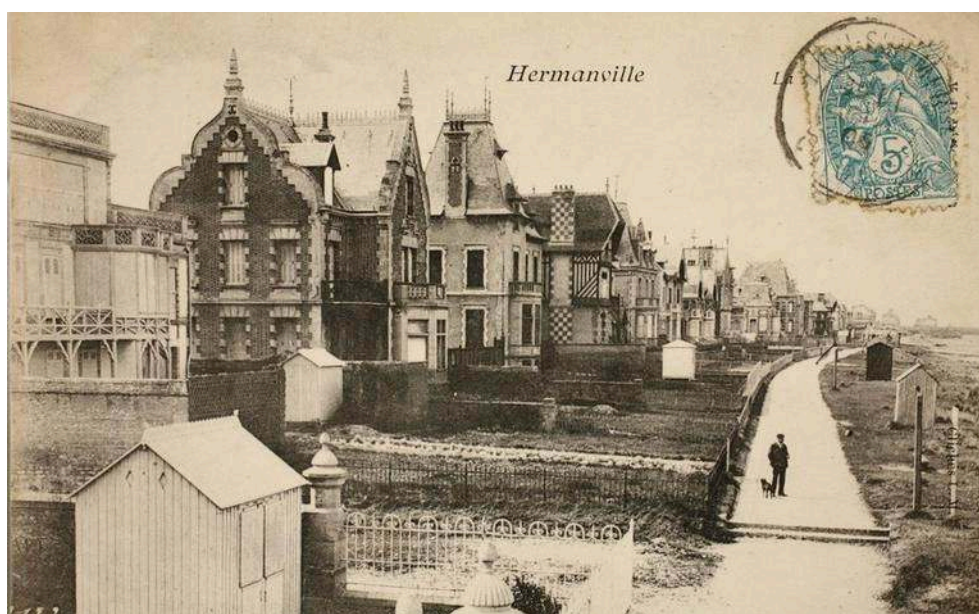


## Le littoral caennais et sa saison balnéaire : des évocations contrastées ?

### Mise en valeur du culturel et du naturel

- <sup>19</sup> Les guides touristiques et les journaux balnéaires évoquent le même espace touristique. Il est intéressant de comparer le regard qu'ils portent sur la Côte de Caen. Ces deux sources s'intéressent au patrimoine culturel des stations. Les guides sont essentiellement axés sur l'histoire et l'architecture, pour mieux appréhender les lieux censés intéresser le villégiateur. Les journaux balnéaires, de leur côté, traitent de façon plus aléatoire ce sujet. Seul *La Plage caennaise* propose, parsemés au fil des numéros de la saison, des articles intitulés « Croquis du littoral » signés par un collaborateur sous le pseudonyme de « Carolus ». Chaque article est consacré à une station balnéaire, et ressemble étrangement aux pages des guides, présentant les « meilleurs endroits » à visiter de la station avec un survol historique. Ces deux types de publications présentent toujours ce qui est remarquable, digne de curiosité : dans le cadre de nos stations, les « édifices de la représentation », selon l'expression de Bernard Toulhier<sup>18</sup>, sont principalement le château, par exemple celui de Lion-sur-Mer, qui date de la Renaissance, l'église, comme celle de Bernières, et un des « archétypes de l'architecture de villégiature<sup>19</sup> », les villas<sup>20</sup> (fig. 1).

Figure 1



Les villas de bord de mer à Hermanville-sur-Mer. Carte postale, prise de vue avant 1905. Édition L.M.  
© Ministère de la Culture et de la Communication (base Mémoire : IVN00\_2007002938).

- <sup>20</sup> Tout événement sortant de l'ordinaire est monté en épingle pour faire de la publicité pour les stations balnéaires. Guides et journaux sont par exemple à l'unisson pour mettre en avant l'échouage d'une baleine en 1885 sur la plage entre Luc-sur-Mer et Langrune. Le guide *Côtes normandes. Vingt Jours du Havre à Cherbourg* de Constant de Tours<sup>21</sup> présente l'échouage comme un « gros événement, énorme pour ces contrées

paisibles, un événement de 19 m 80 de long [...], qui devait, en un mot, donner un relief appréciable à la planitude habituelle des grèves ». Pour accentuer l'importance, une illustration qualifiée d'authentique est ajoutée mais elle semble cependant quelque peu excessive dans ses proportions. Cet événement, dont même les journaux parisiens s'étaient faits l'écho, avait eu un retentissement important pour la station. Dans *Le Progrès du Littoral*<sup>22</sup> on signale le déclenchement d'« un vrai pèlerinage », évaluant « sans exagération, à 12 ou 13 000 le nombre de voyageurs accourus sur la plage » pour voir la baleine. Les journaux balnéaires n'ont pas eu l'occasion d'évoquer cet événement à chaud, ne paraissant pas à cette époque, mais lors d'un échouage de deux cachalots à Beuzeville-Houlgate en 1894, ils ne manquent pas d'y faire référence. De nos jours encore, la baleine de Luc-sur-Mer fait véritablement partie de l'histoire et du patrimoine communal, puisque son squelette est toujours exposé dans le parc municipal.

Figure 2



La plage de Luc-sur-Mer : une plage familiale sans danger. Carte postale, prise de vue avant 1908. Édition A.D.

© Ministère de la Culture et de la Communication (base Mémoire : IVN00\_2007003170).

- 21 Guides et journaux balnéaires ont une opinion commune en ce qui concerne la topographie des plages de la Côte de Caen. Beauté et étendue sont indéniables, la platitude du littoral, apportant la sécurité, est parfaite pour les familles (fig. 2). Il faut toutefois remarquer une certaine différence de ton dans les propos. En effet, les guides touristiques exposent les caractéristiques assez platement, comme le guide Joanne qui présente les « belles grèves de sables fins » alors que les journaux balnéaires, où rien n'est jamais dit simplement, sont toujours en quête du poétique ou bien de l'amusement. Ainsi *L'Écho de la Plage*<sup>23</sup> fait remarquer « l'absence de galets qui, sur beaucoup de plages, déchirent les petits petons de nos jolies baigneuses ». En général les propos restent flatteurs pour ces côtes, le guide anglais Murray emploie même l'expression « good beach ». Les qualités de ce paysage sont donc incontestables, mais n'oublions pas qu'au XIX<sup>e</sup> siècle, on gagne les bords de mer surtout pour des raisons de



santé. Tout naturellement, les plages de la Côte de Caen deviennent une destination favorite pour la salubrité de leur environnement ; le guide des « Petits trous pas chers » signale qu'il est « indispensable aux citadins d'aller de temps en temps se reposer au grand air pour rafraîchir leurs poumons<sup>24</sup> ». Les journaux balnéaires font appel dans leurs colonnes à des médecins pour montrer que l'environnement sain de la Côte de Caen est synonyme de bonne santé. C'est ainsi que dans *Le Lutin*, Léon Le Behot, un médecin-pharmacien de Caen, explique qu'il s'agit d'un « heureux pays » dont « la richesse maritime sera décuplée par les guérisons qu'on viendra chercher sur ce rivage favorisé<sup>25</sup> ». Guides et journaux balnéaires soulignent le fait que l'environnement est propice aux bains : les premiers insistent davantage sur les différents types de bains, leurs bienfaits, la façon de les prendre, alors que les journaux aiment signaler en prime les retombées économiques escomptées et s'étendent sur la spécialité locale : les bains de varech. Les guides considèrent parfois le varech comme un désagrément car on est « fort incommodé par l'odeur des algues<sup>26</sup> », notamment quand elles fermentent, alors que pour *Caen Bains de mer réunis*, ces « effluves parfumées sont vivifiantes<sup>27</sup> » et que ce serait une erreur de ne pas utiliser les cadeaux de la nature qui pourraient entraîner un nouvel essor de la côte.

## Les outils de la valorisation

- 22 Guides touristiques et journaux balnéaires font une représentation de la Côte de Caen en faisant appel à un discours stéréotypé : leur langage est semblable et le discours analogue, se livrant dans l'ensemble à un panégyrique de cette côte. Les guides, comme le rappelle Marc Boyer, utilisent « un vocabulaire pauvre limité à quelques qualificatifs<sup>28</sup> » comme « beau », « joli », « gentil », « grand », « ancien » associé à des monuments, à la plage... Les deux sources se plaisent à employer des adjectifs connotés comme « remarquable », « coquet », « agréable », « superbe », « splendide ». Dans leurs propos, rien n'est négatif ; il y a toujours une idée méliorative en toile de fond. À ces termes, on ajoute des adverbes amplificateurs pour désigner une église « très remarquable », une station « très fréquentée ». Les superlatifs sont aussi un moyen d'insistance, avec l'évocation, notamment, de « la plus belle plage du littoral ». Les journaux balnéaires prennent quelques libertés, par rapport aux guides, par exemple quand ils écrivent au sujet de la « grrrande fête » à Lion-sur-Mer qui a amené « une grrrande affluence<sup>29</sup> », et ils ne reculent pas devant l'usage d'un style un peu lourd. *L'Écho des plages* présente Langrune comme « majestueux avec sa majestueuse digue [...], Langrune avec son calme non moins majestueux qui incite à la rêverie<sup>30</sup> »... Cette répétition apporte en fin de compte un certain ton comique à l'écriture, qui correspond parfaitement à l'esprit des journaux balnéaires.
- 23 Les journaux balnéaires ont un style particulier, souvent teinté d'humour, pour atténuer des nouvelles qui pourraient faire fuir le villégiateur, notamment les dérèglements météorologiques. Comme *L'Écho des plages* le signale, « parapluies et villégiatures s'accordent mal<sup>31</sup> », « le soleil étant le plus puissant collaborateur des bains de mer<sup>32</sup> » ; le journal va même, pour signaler de fortes chaleurs, jusqu'à les qualifier de « sénégalienues ». L'humour est largement employé, mais il peut aussi masquer le désespoir des journaux balnéaires, qui craignent de voir la saison perdue à cause du mauvais temps ; *La Plage Caennaise* écrit alors : « Dimanche dernier, Saint-

Médard a pris le plaisir à déverser sur notre hippodrome le trop plein de son arrosoir<sup>33</sup>. »

- 24 Les journaux balnéaires mettent en scène la vie des stations, ils présentent notamment le contraste, dramatique pour eux, entre la saison et la morte saison. *L'Écho des plages* titre d'ailleurs les articles de fin de saison ainsi : « Finis !!! », « Adieu la mer », laissant apparaître une certaine mélancolie ; il surnomme même le mois de septembre « le mois des mouchoirs<sup>34</sup> ». Il est vrai que les stations balnéaires se retrouvent bien désertes après le départ des villégiateurs. Hors saison, l'économie tourne au ralenti dans les communes littorales, qui ont majoritairement abandonné les activités traditionnelles pour se tourner vers le balnéaire.
- 25 À la lecture des journaux, les stations de la Côte de Caen apparaissent comme un lieu privilégié, une véritable « oasis », un « petit paradis » ; d'ailleurs, l'expression de Johan Vincent « les paradis de papier<sup>35</sup> » peut parfaitement s'appliquer ici. Ils permettent, en diffusant la bonne parole, d'assurer la renommée du littoral, « ils concourent à faire de la région un vrai paradis terrestre<sup>36</sup> », selon les propres termes de Suzanne Cervera, spécialiste de la presse mondaine.
- 26 Les journaux balnéaires sont là pour valoriser le littoral et défendre ses intérêts, en écartant naturellement toutes les informations qui pourraient nuire à sa renommée. Dans un article du dimanche 4 septembre 1898, *Caen Bains de mer réunis* lève le rideau sur le fonctionnement des journaux balnéaires en général. Dans l'éditorial on peut lire :  

J'en ai assez de cette sucrerie balnéaire, et pour qu'on ne s'y trompe pas, nous ferons un journal sans annonces. Aucun de nous n'en est à cela près des douze francs que nous rapporte l'annonce de l'épicier du coin. Pour cette somme cet honnête commerçant a droit, après tout, de compter que nous dirons du bien à jet continu de la localité, cachant avec soin les accidents qui pourraient arriver.
- 27 Il est vrai que le rôle d'un véritable ami du littoral est de ne pas semer la panique parmi les étrangers, ce qui desservirait la réputation de la station et par voie de conséquence, ferait baisser la fréquentation. *L'Écho des plages* admet que « d'ordinaire tout nous apparaît de couleur rose<sup>37</sup> » et que les journaux balnéaires ont l'habitude de dissimuler la vérité fâcheuse. On peut cependant considérer qu'il y a bien un temps pour parler ! En effet, en fin de saison, certains journaux balnéaires laissent une place dans leurs colonnes pour les plaintes, avec des rubriques intitulées pour *L'Écho des plages* « Justes réclamations », ou bien encore « Carnet de grincheux » pour *Caen Bains de mer réunis*. Toutefois justifient-ils cette publication tardive :  

Pendant la saison nous avons reçu quantité de lettres [...] de gens qui ne sont jamais contents, [...] au lieu d'enregistrer ces doléances, nous les avons mises en réserve, tant nous avons à cœur de ne point discréditer nos plages [...] quand les étrangers [...] nous honorent de leur visite, est-ce bien le moment de leur montrer nos imperfections ? [...] ce serait le plus sûr moyen de les envoyer promener ailleurs. [...] Mieux vaut attendre le moment où chacun fait ses malles, pour lui promettre ce qu'il désire<sup>38</sup>.
- 28 En réalité, les journaux balnéaires ne cachent donc rien aux baigneurs, puisqu'ils finissent par publier les choses, ils choisissent seulement le moment où le lectorat est le plus réduit et les baigneurs sont ainsi quelque peu satisfaits en ayant l'impression de voir leurs doléances entendues.
- 29 Le fait de cacher temporairement les mauvaises nouvelles, les désagréments qu'il est possible de rencontrer dans les stations balnéaires, peut être assimilé dans le cas des journaux balnéaires à une « publicité sous-jacente ». Mais les journaux balnéaires sont

aussi acteurs d'une véritable promotion des stations : comme le présente Sophie Cueille dans son article, ils utilisent différentes stratégies<sup>39</sup>, nécessaires pour la valorisation de ces plages.

- 30 On constate une réelle amplification de la réalité, on est véritablement dans un mode de communication extravagant, excessif eu égard à la simplicité des stations. Les journaux balnéaires mentionnent notamment des hôtels princiers à Riva-Bella ou bien encore l'hôtel du Petit-Enfer à Luc-sur-Mer, connu de toute la Normandie et du Tout-Paris. *Caen Bains de mer* rappelle sur un ton humoristique que la station de Luc-sur-Mer est « un trou et non pas un Trouville<sup>40</sup> ! » ; naturellement cette petite remarque n'est publiée qu'en septembre !
- 31 Les guides touristiques ne sont pas si éloignés de cette fantaisie amplificatrice. En effet, l'illustration, sous forme de dessin au trait, permet l'imagination, et laisse place libre à une interprétation de la réalité embellissant la représentation d'un établissement. C'est ainsi que le Grand Hôtel de la Plage de Lion-sur-Mer se voit gratifié d'un étage supplémentaire dans l'*Agenda du voyageur* des guides Conty de 1896.
- 32 Pour mettre en valeur les petites stations balnéaires de la Côte de Caen, les journaux balnéaires prennent l'exemple sur les « grandes sœurs » mondaines situées de l'autre côté de l'Orne, telle Trouville surnommée la « Reine des Plages ». Sans originalité, *L'Écho des plages* surnomme Saint-Aubin-sur-Mer la « Reine des plages de famille<sup>41</sup> ». La station de Ouistreham a reçu deux surnoms<sup>42</sup> : tout d'abord la « Perle de la Manche », donné à l'occasion d'une campagne publicitaire, mais surtout celui attribué à son quartier balnéaire d'après le nom d'une villa située en bord de mer appartenant à un fabricant de corsets de Caen, « Belle Rive » transformé par un ami italien en « Riva-Bella », nom encore usité de nos jours !
- 33 La ligne de conduite des journaux balnéaires est facilement compréhensible, elle vient compléter les affiches, les programmes, les encarts... tout ce qui est diffusé par ailleurs pour mettre en lumière la Côte de Caen. Comme le dit si bien *L'Écho des plages*, « il faut faire du potin et de la réclame dans les journaux, sur les murs et crier jusque sur les toits<sup>43</sup> ». Notons cependant que cette publicité à tout-va se cantonne exclusivement à la bande côtière. En effet, on trouve très rarement trace de réclames concernant les commerces du bourg et de l'arrière-pays, à part naturellement ceux de Caen, qui est la ville de correspondance pour les villégiateurs arrivant en train.
- 34 Comme il est d'usage dans les stations balnéaires mondaines, les stations de la Côte de Caen s'intéressent aux nouveaux arrivants sur leurs plages via la liste des étrangers, également appelée liste des villégiateurs. Ces listes sont généralement diffusées par l'intermédiaire des journaux balnéaires mais parfois, des articles de la presse locale prêtent attention à l'arrivée de villégiateurs importants. Le *Journal de Caen*, par exemple, signale qu'il tiendra ses « lecteurs au courant des noms illustres ou seulement célèbres ou notables qui viendront s'inscrire sur le registre des casinos et des hôtels du littoral<sup>44</sup> ». Ces listes fournissent l'identité des villégiateurs qui souhaitent y figurer, donnant des informations concernant leurs origines géographiques ou sociales. Une étude approfondie de ces listes permet de définir un profil type des villégiateurs fréquentant la Côte de Caen : il s'agit principalement, comme on peut s'en douter, de familles, venant majoritairement de Paris et de sa banlieue. Bien évidemment les Caennais représentent une forte population de visiteurs des stations, mais effectuant généralement l'aller et le retour dans la journée, ils ne sont pas inscrits sur les listes des hôtels. La présence d'étrangers au sens strict, venant surtout d'Europe, mais aussi des

quatre coins du monde, y est révélée et ceci de façon accrue les années d'expositions universelles ou coloniales. Ces villégiateurs sont essentiellement des médecins, des militaires, des gens du spectacle ou encore de la fonction publique. Dans ces listes, les journaux balnéaires prennent parfois quelques libertés comme le souligne avec humour *Le Lutin* en critiquant un de ses concurrents :

Extrait de *L'Écho des plages*, à la fin de la liste des étrangers de Saint-Aubin : M<sup>lle</sup> Lucie Bunel, vicomtesse des Pétards. Beaucoup de personnes seront certainement étonnées d'apprendre que M<sup>lle</sup> Bunel, l'employée de la pâtisserie Lamoureux porte un titre aussi ronflant. On peut juger par cet échantillon du sérieux de la feuille [...]<sup>45</sup>.

- 35 Ces listes contribuent, comme le rappelle Bernard Toulhier, à forger la réputation des stations<sup>46</sup>, elles se veulent le miroir de la fréquentation sur la côte mais elles peuvent être facilement falsifiées et doivent donc être lues avec une certaine prudence.
- 36 En dehors de ces listes, des articles signalent avec une pointe de nostalgie la présence de personnalités en quête de calme et de repos : Hector Malot, Littré, Zola, ce dernier ayant séjourné pendant trois mois à Saint-Aubin-sur-Mer en 1876, la romancière Gyp<sup>47</sup>, qui a d'ailleurs fait de la station de Lion-sur-Mer le décor d'une partie de son œuvre la surnommant spirituellement « Tigre-sur-Mer ». Les journaux balnéaires n'oublient pas non plus de signaler le passage remarqué à Saint-Aubin-sur-Mer de Pasteur, utilisé d'ailleurs pour donner une caution quelque peu scientifique à la qualité environnementale du littoral.

### Villégiaturer sur la Côte de Caen : aperçu des moments de plaisir...

- 37 Dans les années 1900, les stations balnéaires de la Côte de Caen ont une véritable devise : « De la réclame pour les attirer. Des fêtes pour les retenir<sup>48</sup>. » En effet, les stations balnéaires connaissent une atmosphère particulière pendant la saison. Durant ces quelques mois bénis pour l'économie locale, elles sont en pleine allégresse. L'ambiance est primordiale pour les stations, les villégiateurs ne doivent absolument pas y connaître l'ennui. Les guides touristiques restent très en retrait à ce sujet, en opposition avec les journaux balnéaires qui cherchent dans tous leurs articles à transmettre l'enthousiasme et l'alacrité des stations. Les journaux balnéaires ne cessent de répéter dans leurs colonnes que les autochtones font des efforts pour embellir la station en la décorant en tous lieux de drapeaux, de couleurs, etc., en installant des illuminations pour donner un effet féérique et magique, en organisant entre autres des « fêtes vénitiennes », qui laissent imaginer aux journaux la présence de gondoles, du Rialto...
- 38 Dans cette ambiance enjouée, on assiste à un bouleversement du quotidien, à une libération des mœurs des villégiateurs. Les aventures amoureuses et le libertinage sont largement évoqués par nos deux sources historiques mais de manière différente. Les guides, en particulier la série des Conty, parsèment au fil de leurs pages des petites vignettes aux croquis très explicites, parfois accompagnés d'un petit commentaire. On voit par exemple une vignette représentant un homme caché derrière une cabine épiait les baigneuses. Comme le rappelle Alain Corbin, « le jeu de la lorgnette [...] constitue sur les plages de cette époque un passe-temps favori des hommes<sup>49</sup> ». Les journaux balnéaires incitent d'ailleurs à cette activité en publiant des poèmes la valorisant comme :

Toi fervent de la beauté  
Ouvre les yeux tout l'été  
Tu peux en lorgner plus d'une à Langrune<sup>50</sup> !

- 39 Les colonnes des journaux balnéaires sont ouvertes aux petites annonces comme « veuve 45 ans, encore très verte, petite fortune, désire épouser marin retraité, ayant emploi de bureau dans un port de mer de la côte<sup>51</sup> » ; annonces permettant des rencontres ou bien encore la communication des amants entre eux, comme : « Passez lundi soir 10 heures devant ma fenêtre ; si vous voyez l'abat-jour rouge, fuyez, il sera là ; si c'est l'abat-jour jaune, je serai seule et vous attendrai<sup>52</sup>. » Cependant jamais les journaux balnéaires ne tombent dans la vulgarité. Ils peuvent aisément se trouver entre les mains des enfants qui eux s'arrêtent au premier sens. Par exemple, pour signaler la présence de prostituées dans les stations, *L'Écho des plages* donne avec grande habileté une définition des « cocottes » dont une enfant demande la signification : « Dames qui ont une toilette voyante, beaucoup de plumes à leur chapeau, qui font du bruit en marchant et regardant à droite et à gauche parce qu'elles ont ainsi l'air de poules qui cherchent des grains<sup>53</sup> ! » L'élégance de la plume permet d'évoquer les facettes multiples des stations balnéaires, sans jamais oublier que l'on se trouve dans des stations familiales. Tout est dit sans choquer, la lecture doit être un véritable dérivatif, une délectation.

Figure 3



Pierre à poisson au milieu de la digue à Saint-Aubin-sur-Mer. Carte postale, prise de vue 1<sup>ère</sup> moitié du xx<sup>e</sup> siècle. Lévy et Neurdein Réunis.

© Ministère de la Culture et de la Communication (base Mémoire : IVN00\_2007004977).

- 40 La vie d'un villégiateur dans les stations de la Côte de Caen est bien réglée, codifiée. Mais quel est donc sa journée type ? Dès le matin, tout en se rendant à la pierre à poisson (**fig. 3**), lieu phare de chaque station où on procède à une vente à la criée, on discute, on potine et surtout on parade, on profite de l'air marin en attendant l'heure du bain en mer ou dans l'établissement de bains. Vient ensuite l'heure du déjeuner, avec les fameuses huîtres de Courseulles, et le café sur la terrasse du casino, ce qui



permet par la même occasion d'admirer les passantes. L'après-midi est dédiée aux jeux de plage tels le tennis, le croquet ou bien encore la pêche à pied. Dans les cabines, tout en bavardant et surveillant les enfants, les femmes se livrent aux travaux de broderie et l'homme paresse en fumant... (**fig. 4**) Il est toujours possible de faire des excursions aux alentours avant de rejoindre le casino pour le « five o'clock », l'apéritif accompagné de jeux de cartes. On peut aussi profiter de la soirée pour déambuler sur la digue promenoir en dégustant des friandises, avant de retrouver le casino avec le jeu des petits chevaux. La soirée se termine naturellement avec un bal, un cotillon, sans oublier le feu d'artifice... La fête se poursuit jusqu'à l'aube.

Figure 4



Les cabines sur la digue promenoir à Luc-sur-Mer. Carte postale, prise de vue avant 1905. Édition B.F. Paris.

© Ministère de la Culture et de la Communication (base Mémoire : IVN00\_2007003173).

- 41 Guides touristiques et journaux balnéaires préparent chacun à leur façon les journées des villégiateurs, qui se trouvent ainsi rythmées par leurs conseils. Les guides fournissent essentiellement un plan de voyage, établissent à titre indicatif des circuits. Les journaux balnéaires diffusent un panorama des activités des stations, incitant le villégiateur à reproduire les faits et gestes de ses prédécesseurs. Les villégiateurs se trouvent ainsi encadrés pour faire ce qui est dans l'air du temps et fréquenter les lieux vitrines de la station dont les plus importants sont la pierre à poisson, l'établissement de bains, le casino (**fig. 5**) et la digue promenoir, sans oublier le reste du décor balnéaire que sont le port, les jetées, les cabines de plage, les terrains sportifs et les espaces verts. Les journaux balnéaires flattent l'ego de leurs lecteurs en leur donnant l'illusion de réaliser une villégiature chic, au travers d'activités par ailleurs relativement classiques et banales. Les lecteurs doivent avoir l'impression de profiter des meilleures opportunités de la côte, ils doivent s'identifier aux personnages décrits par les journaux balnéaires. Chacune de nos sources historiques a donc un rôle spécifique : le guide permet au futur villégiateur de savoir ce qu'il va trouver sur place, alors qu'à destination, les journaux balnéaires, qui ont un regard local, lui fourniront

les détails grâce à des renseignements actualisés ; guides et journaux balnéaires sont donc deux sources complémentaires.

Figure 5



L'entrée du casino de Luc-sur-Mer. Carte postale, prise de vue avant 1915. Édition N.D.

© Ministère de la Culture et de la Communication (base Mémoire : IVN00\_2007003174).

## NOTES

1. - URBAIN, Jean-Didier. *L'Idiot du voyage. Histoire de touristes*. Paris : Payot & Rivages, 1991.
2. - BOYER, Marc. *Les Villégiatures du XVI<sup>e</sup> au XXI<sup>e</sup> siècle*. Colombelles : Éditions EMS, 2008, p. 229.
3. - URBAIN, Jean-Didier. *Sur la plage. Mœurs et coutumes balnéaires (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles)*. Paris : Éditions Payot & Rivages, 1994, p. 16.
4. - CORBIN, Alain. *Le Territoire du vide. L'Occident et le désir du rivage (1750-1840)*. Paris : Aubier, 1988, p. 11-12.
5. - DÉSSERT, Gabriel. « La Normandie balnéaire : une région pionnière ». *Normandie magazine*, 1983, n°11, p. 46-51.
6. - L'appellation « Côte de Nacre » n'apparaît qu'à partir de 1925 sur une proposition de Daniel Lemanissier, maire de Luc, au moment où l'on cherchait à accoler un surnom sonnant et représentatif à « L'Union des Syndicats d'Initiative » regroupant les différentes communes de la Côte de Caen. Ce qualificatif « Côte de Nacre » fait référence aux reflets des coquillages, nombreux sur ces plages. Pour plus d'informations, voir l'article de LAMY, Pascal. « Origine de la « Côte de Nacre » (1925) ». *Patrimoine de Luc*, 2003, n°14, p. 14.
7. - VENAYRE, Sylvain. *La Gloire de l'aventure. Genèse d'une mystique moderne, 1850-1940*. Paris : Aubier, 2002, p. 151.
8. - MORLENT, J. *Promenade maritime du Havre à Caen*. Le Havre : J. Morlent, 1837.

9. - CAUMONT, Arcisse de. *Promenades archéologiques dans les communes du littoral de l'arrondissement de Caen et dans quelques localités voisines (Notes destinées aux baigneurs de Luc)*. Luc : M. Francis, 1846.
10. - STREIFF, René. « Luc-sur-Mer doyenne des stations balnéaires de la Côte de Caen ». *Études Normandes*, 1963, n°1, p. 1-8.
11. - CONTY, Henry Auxcousteaux de. *Normandie. Agenda du Voyageur. Hôtels et Maisons spécialement recommandés par le guide Conty. Saison de 1878*. Paris : Agence des guides Conty, 1878.
12. - LERIVRAY, Bernard. *Guides bleus, guides verts et lunettes roses*. Paris : Éditions du Cerf, 1975.
13. - TOULIER, Bernard. « L'Influence des guides touristiques dans la représentation et la construction de l'espace balnéaire (1850-1950) ». Dans CHABAUD, Gilles, COHEN, Évelyne, COQUERY, Natacha, PENEZ, Jérôme. *Les Guides imprimés du XVI<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle. Villes, paysages, voyages*. Paris : Belin, 2000.
14. - « Écho ». *La Plage caennaise*, 1888, n°17.
15. - Les journaux balnéaires se focalisant sur la Côte de Caen et faisant partie du corpus d'étude sont les suivants : *Le Courrier de la plage* (1874), *La Côte normande* (1885), *La Plage caennaise* (1888), *L'Écho de la plage* (1888), *Caen-Bains de mer* (1889, 1892), *La Pomme* (1893), *Le Lutin* (1894, 1895), *L'Écho de Cabourg & Le Lutin réunis* (1896), *La Plage normande* (1896), *Caen Bains de mer / Caen Bains de mer, Lutin, Plage Normande réunis* (1897, 1898) [Que l'on surnomme dans l'article *Caen Bains de mer réunis*], *La Plage normande* (1899), *L'Écho des plages* (1892 à 1914). Pour plus de précisions concernant les parutions se référer à la partie « Sources » de mon mémoire de Master 2 : BRÉMOND, Sandie. *La Côte de Caen de l'ombre à la lumière (1823-1914). Évolution et divergence de regards sur le phénomène balnéaire*. Histoire. Paris : université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2011.
16. - « Au public ». *L'Écho de la plage*, 1888, n°1.
17. - « À L'Écho des plages, la mode est de ne pas la suivre ». *L'Écho des plages*, 1913, n°1.
18. - TOULIER, Bernard. « L'Influence des guides touristiques... », *op. cit.*, p. 248.
19. - TOULIER, Bernard. « L'architecture des bains de mer : un patrimoine marginalisé ». *Revue de l'Art*, 1993, n°1, p. 37.
20. - Pour plus d'informations concernant le patrimoine architectural se référer à mon mémoire de Master 1 : BRÉMOND, Sandie. *Regards croisés sur les stations de la Côte de Caen (1888-1914). Guides touristiques et journaux balnéaires*. Histoire. Paris : université Paris 1 Panthéon Sorbonne, 2010.
21. - DE TOURS, Constant (Chmielenski). *Côtes normandes. Vingt jours du Havre à Cherbourg*. Paris : Maison Quantin, 1890.
22. - « La Baleine de Luc-sur-Mer », *Le Progrès du littoral*, 1885, n°4.
23. - [Sans titre]. *L'Écho de la plage*, 1888, n°2.
24. - SERPEILLE, Maxime. *Guide pratique des familles aux bains de mer. Plages du Nord, de Normandie, de Bretagne et de Vendée*. Paris : A. La Fare, 1895.
25. - LE BEHOT, Léon. « Le varech ». *Le Lutin*, 1894, n°5.
26. - BAEDERER, Karl. *Le Nord de la France jusqu'à la Loire*. Leipzig : Karl Baedeker, Paris : Paul Ollendorff, 1890.
27. - « Luc ». *Caen Bains de mer réunis*, 1897, dimanche 15 août.
28. - BOYER, Marc. « Les séries de guides imprimés portatifs de Charles Étienne aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles ». Dans CHABAUD, Gilles, COHEN, Évelyne, COQUERY, Natacha, PENEZ, Jérôme. *Les Guides imprimés du XVI<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle. Villes, paysages, voyages*. Paris : Belin, 2000, p. 339-352.
29. - « Lion-sur-Mer ». *L'Écho des plages*, 1892, dimanche 22 septembre.
30. - « De Langrune à Bernières ». *L'Écho des plages*, 1896, n°5.
31. - « Courseulles ». *L'Écho des plages*, 1900, n°6.
32. - « Courseulles ». *L'Écho des plages*, 1903, n°5.
33. - « Courseulles ». *La Plage Caennaise*, 1888, n°15.
34. - « Saint-Aubin ». *L'Écho des plages*, 1901, n°11.

35. - VINCENT, Johan. *Les Paradis de papier. Les sites selon les guides et les récits de voyage, de Lorient à Saint-Nazaire (début XIX<sup>e</sup> siècle-1945)*. DEA Histoire. Rennes : université de Haute-Bretagne Rennes 2, 2000.
36. - CERVERA, Suzanne. *La Belle Époque de la presse mondaine, 1881-1939*. Nice : Alandis, 2002, p. 12.
37. - « Un cauchemar. Heures d'angoisses sur nos plages ». *L'Écho des plages*, 1914, n°5.
38. - « On réclame quelque chose sur chaque plage ». *L'Écho des plages*, 1909, n°11.
39. - CUEILLE, Sophie. « Les stratégies des investisseurs : des bords de ville aux bords de mer ». In *Situ* [En ligne], 2004, n°4 : <http://insitu.revues.org/1756> ; DOI :10.4000/insitu.1756.
40. - « Propos de septembre ». *Caen Bains de mer*, 1889, n°9.
41. - « Saint-Aubin-sur-Mer ». *L'Écho des plages*, 1907, n°1.
42. - *Ouistreham Riva-Bella*. Ouistreham : Office Municipal d'action culturelle, 1994, p. 115.
43. - « Ce qu'il faut faire pour attirer le monde sur nos plages ». *L'Écho des plages*, 1908, n°11.
44. - « Chronique de la plage ». *Journal de Caen*, 1877, n°1054.
45. - « Histoire d'un journaliste ». *Le Lutin*, 1894, n°11.
46. - TOULIER, Bernard. « Les réseaux de la villégiature en France ». In *Situ* [En ligne], 2004, n°4. URL : <http://insitu.revues.org/1348>.
47. - Gyp : nom de plume de la comtesse Sibylle Gabrielle Riquetti de Mirabeau. Auteur entre autres de *Élections à Tigre-sur-Mer*.
48. - « Ce qu'il faut faire pour attirer et retenir les étrangers ». *L'Écho des plages*, 1907, dimanche 4 août.
49. - CORBIN, Alain. *Le territoire du vide. L'Occident ou le désir du rivage (1750-1840)*. Paris : Aubier, 1988, p. 93.
50. - « Langrune ». *L'Écho des plages*, 1908, n°2.
51. - « Mariage ». *La Plage Caennaise*, 1888, n°11.
52. - « Petite correspondance ». *Caen Bains de mer*, 1889, n°5.
53. - « Mot pour rire ». *L'Écho des plages*, 1899, n°12.

## RÉSUMÉS

Guides touristiques et journaux balnéaires portent chacun un regard particulier sur la Côte de Caen, d'où l'intérêt de leur étude parallèle pour mieux appréhender cette vie balnéaire durant la saison. Pour ces compagnons du villégiateur, tout est bon pour valoriser ces stations balnéaires, mais chacun a son style et ses intérêts. Les guides à l'allure formatée présentent plus volontiers des itinéraires tandis que les journaux balnéaires tendent à se démarquer par leur ton, celui de l'humour, et par de multiples anecdotes ponctuant leurs colonnes, lesquelles exposent la vie balnéaire de ces « petits trous pas chers ».

Tourist guides and beach journals have each a particular look on the Coast of Caen. Their parallel study is specially interesting to better understand this seaside life during the season. For these travelling companions all is good to increase the value of these bathing places, but each has a particular style and interests. Codified guides more gladly map out an itinerary. Beach journals try to be different, with a sense of humor and numerous anecdotes in their papers concerning the life in seaside resorts, more specially in these “petits trous pas chers”.

## INDEX

**Mots-clés** : villégiature, balnéaire, Côte de Caen, guides touristiques, journaux balnéaires

## AUTEUR

**SANDIE BRÉMOND**

Diplômée en Master 2 d'Histoire à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne  
sandie.bremond@orange.fr